

新闻传播学研究生论丛



受众行为与传媒互动 影响研究

罗小萍 李 韧 主编

SHOU ZHONG XING WEI YU
CHUAN MEI HU DONG
YING XIANG YAN JIU

中国广播影视出版社

受众行为与传媒互动影响研究

新闻传播学研究生论丛

受众行为与传媒互动影响研究

罗小萍 李 韧 主编

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

受众行为与传媒互动影响研究 / 罗小萍, 李韧主编.

--北京: 中国广播影视出版社, 2018.3

(新闻传播学研究生论丛)

ISBN 978-7-5043-7985-6

I. ①受… II. ①罗…②李… III. ①新闻学—传播学—研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 010893 号

受众行为与传媒互动影响研究

罗小萍 李 韧 主编

责任编辑: 许珊珊

封面设计: 宋晓璐·贝壳学术

出版发行: 中国广播影视出版社

电 话: 010-86093580 010-86093583

社 址: 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编: 100045

网 址: www.crtip.com.cn

电子信箱: crtip8@sina.com

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 天津爱必喜印务有限公司

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数: 330 (千) 字

印 张: 18

版 次: 2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5043-7985-6

定 价: 54.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

出版说明

西南政法大学新闻传播学院《新闻传播学研究生论丛》出版，是一件非常有意义的事情，此为纪念西南政法大学新闻传播学科第一届硕士研究生毕业十周年。

目前为止，西南政法大学新闻传播学科培养了新闻学、传播学和新闻与传播专业硕士研究生 400 余人，硕士学位论文 400 余篇。选择出版《新闻传播学研究生论丛》十部，是为了承接过去，走向更美好的未来。

《新闻传播学研究生论丛》十部是：《全球化视野下国际传播报道机制探究》《受众行为与传媒互动影响研究》《新闻传媒在公共管理中的作用探析》《公共事件传媒报道机制研究》《生态环境与公共健康领域的传播机制研究》《新媒体传播及其效果研究》《传媒与知识产权保护问题探究》《传媒发展变革路径规律探析》《新语境下广告、品牌与整合营销新特点剖析》《传媒对社会文化建构的作用探究》。

2017 年 11 月

序

西南政法大学新闻传播学院始建于1994年，新闻传播学科历经20多年的发展，目前已凝练出新闻学、广播电视学与数字传播、人权与舆论3个学科方向，均已产生一批高显示度成果，在全国具有一定的号召力和较大的影响力。融合学校法学学科优势，新闻传播学科建设特色鲜明，确立了以新闻为基础，以“法治新闻”为特色、以“人权与舆论”研究为亮点的学科设置思路，形成了“媒介、法律、社会”的交叉融合。

西政新闻传播学科的发展在重庆高校中一直处于领先地位：2004年获得新闻学硕士学位授权点，2010年获批新闻传播学一级学科硕士学位授权点和新闻与传播硕士专业学位授权点。新闻学二级学科2006年成为省部级重点学科，新闻传播学一级学科连续成为重庆市“十一五”“十二五”“十三五”重点学科。在2012年教育部第三轮学科评估中，位列全国第23位，重庆第1位。在2017年上海软科中国最好学科排名中，位列全国第16位，进入新闻传播学科全国前25%。

硕士研究生的培养是学院学科发展的重要一环。截至目前，西南政法大学新闻传播学科培养了新闻学、传播学和新闻与传播专业硕士研究生400余人，硕士学位论文400余篇。本套丛书10本，即是这400余篇硕士学位论文的精选。

未来几年，学院硕士研究生每年招生规模将逐年扩大到70人，成为重庆市最具规模和培养质量最高的新闻传播学硕士研究生培养基地。

2017年11月

目 录

▶ 网络桌游的受众分析 ——以“三国杀 online”为例	王 纯 (1)
▶ 体育新闻视野中的女性受众研究	董任春 (29)
▶ 网络交往对自我认知影响的探索性观察分析 ——基于当代青年的案例研究	吕夺印 (52)
▶ 我国大学生网络媒介素养问题研究	韩永青 (89)
▶ 偶像明星的粉丝行为研究	王 旭 (114)
▶ 新媒体语境下的大学生媒介依赖研究	向 浩 (140)
▶ 社交网络对大学生人际交往的影响 ——以重庆三所高校在校本科生为例	裴子漪 (167)
▶ 广州恒大俱乐部对广州城市形象的传播研究	王骏楷 (193)
▶ 社交媒体的使用对大学生求职的影响：社会资本的角度 ...	马灵燕 (221)
▶ 国内女性网球明星的媒体传播策略研究 ——以李娜报道为例	刘 迪 (245)
附录：优秀研究生论文目录	(278)

网络桌游的受众分析

——以“三国杀 online”为例

(精编版)

作者：王 纯 指导教师：程德安

【内容摘要】 调查问卷显示，“三国杀 online”的受众多为高校在读学生及年轻白领。他们成为目标受众的原因有三：1. 接触网络时间较长，接受新事物的能力比较强，好奇心较重，喜欢探索新鲜事物。2. 这几代人，主要是80后、90后多为独生子女，社会关系多为同学、朋友、同事，当三国杀被一个人学会掌握后，很容易在短时间内以病毒传播的方式扩散开来，并在聚会和周末休闲时光拿来消遣。3. 家庭负担较轻，平时有大量的时间可供娱乐，特别是周末或是放假。

桌游是人际传播在游戏里的体现，开始于熟人之间，玩家受众的游戏接触行为和游戏使用习惯成为研究网络桌游的切入点。通过对调查问卷的数据分析，80%的“三国杀 online”玩家首次接触游戏为线下，60%的玩家则是在朋友、同学等熟人的推荐下才开始涉入到游戏当中。在游戏中，仅有13%的玩家会选择在游戏中与他人沟通，32%的玩家则会在游戏中与他人发生争吵，甚至互相谩骂。

角色扮演行为，可以将玩家带入到游戏中以某个特定武将、按照某个特定的身份进行游戏。“三国杀 online”的玩家选择武将和屏蔽某种身份时则与玩家倾向于选择的武将牌同玩家的性格和行为密切相关。对于喜欢屏蔽反贼、内奸等反面角色的玩家，有50%是出于正义感而不愿意成为反派，50%则是出于对胜率的考虑。75%的玩家在游戏开始前则对某个武将会产生强烈的期望，40%的玩家当看到没有自己喜欢的武将时则会有较为强烈的消极情绪，而希望尽早结束本局游戏，重新开始新的一局。

对于一些高卷入度的玩家，游戏创新行为成为他们区别于普通玩家的一个重要特征。数据显示，这些在时间、精力、金钱花费较多的玩家更喜欢发

明新玩法以显示自己对游戏的热爱,从而获得其他玩家的赞扬和尊重。他们还喜欢把周围的熟人按照“三国杀 online”的游戏设计,制定出自己的一套“某某杀”。对于以三国杀卡牌武将为造型的玩偶、T恤等游戏衍生品以及与“三国杀 online”相关的歌曲、微电影、比赛竞技录像等更为关注。

至于游戏动机,可以按照游戏心理需求将玩家分为成就者、探索者、社交者、杀戮者。不同的心理需求使得他们在游戏中表现出迥异的游戏行为来。成就者的主要精力放在刷新胜率、提高等级以期获得别人的尊重。探索者是指抱有较强好奇心的玩家通过接触游戏来完成对新鲜事物的认知。如前文所说,富有创新行为的玩家如发掘“某某杀”或是研究新玩法的正是属于探索者这一类型。社交者是指希望在网络游戏结识聚集在虚拟世界中的玩家,通过身份上的角色扮演与其他玩家进行互动。杀戮者是指在游戏过程中宣泄自己在生活中的情绪,逃避现实中的压力,以手刃对手获得快感。

在通过问卷对共计 45 个问题分析的基础上,并对文中六个假设进行了验证之后,得出如下结论:“三国杀 online”玩家以男性居多,但男女玩家的比例并不悬殊;在受教育程度方面,玩家受众的素质比较高,多是本科、研究生毕业;在职业方面,玩家构成比较复杂,但在校生占绝大多数,年轻白领次之;在年龄方面,多为 80 后、90 后,年龄主要分布在 19 岁至 32 岁之间。大部分玩家第一次接触游戏是经过同学、朋友等熟人之间的介绍。在游戏中,玩家选择的武将牌同玩家的性格和行为密切相关。玩家的创新行为与玩家的卷入度成正比。至于游戏动机方面,消遣娱乐是玩家使用游戏最主要的动机。游戏中忘却烦恼、宣泄也是玩家使用游戏的重要原因之一。游戏的社交性因素是众多玩家涉足三国杀进而“三国杀 online”的最初动因。不过,当与陌生人进行游戏时,这一社交性元素又变得十分微不足道。然而玩家交流的欲望并不差,只是同陌生人之间的交流和互动显得尤为谨慎。

【关键词】 玩家行为; 游戏参与动机; “三国杀 online”

一、引言 (略)

二、网络桌游的媒介属性和游戏特征

(一) 网络桌游的媒介属性

桌游,即桌面游戏,译自于英文“Board Game”。从狭义上讲,桌游特

定指从欧美一些国家引进的游戏：一种通过将一些指定物或特定物放在图板上，以投骰子的形式将棋子进行移动、放置、移除的游戏。这一类的代表就是大富翁。从广义讲，桌游可以是很宽泛的概念，是指在一张桌面或是一个平面进行的游戏，与运动和电子游戏相区别。我们聚会时常玩的游戏，如各种棋类游戏、麻将、扑克、“杀人游戏”都可以算在其中。本文所讨论的桌游从概念上讲更偏向于前者。它最早可以追溯到用纸笔为游戏工具的桌上角色扮演游戏。游戏中每个玩家类似于演戏，每个人都扮演一个角色，以固定的游戏规则和故事脚本进行，往往佐以卡牌等道具进行推动，例如你可以选中世纪的欧洲为故事背景，扮演一名高贵的骑士，而你的朋友则是一名盗贼。因此，以“三国杀 online”为代表的新型桌游，在游戏设计上更加复杂，游戏元素更丰富，游戏的竞技意味更重一些。

网络游戏从广义上讲算是一种特殊的媒介形式。首先具有游戏的本质，文化的内涵，多媒体的影音声色刺激，网络间无距离无时间差的人际互动与大众传播功能，还包括了电子商务的交易行为。它既是人与人交流、获取信息的有利平台，也是满足受众各种需求的中介。另外，网络游戏还是兼具网络与电玩的媒体，它不仅有着游戏的精良动人的故事脚本吸引玩家，更有网络的交互性和虚拟世界的匿名性。

上海大学影视与传播系副教授刘敏则说网络虚拟游戏是网络媒介里的一种新形式的传播媒介。一方面它允许使用者进行多种层次的信息传播和交互行为，包括自我、人机、人际等传播交互行为；另一方面它综合了文本、图像、音频、视频等各种媒介符号形式，具备很强的叙事能力，传递着丰富的信息和意义，对“虚拟现实”、使用者自身、使用者对世界和自我的认知等都有建构能力。

英国传播学者 Livingstone (2003) 认为现今是新的、聚合的、互动的媒体时代，打破了之前报纸、电视、广播间明显的媒介界限。网络游戏作为互联网时代下的产物，可以认为是典型的聚合媒介，因此可以从传播学的角度去分析网络游戏的诸多现象。

Livingstone 还提到，新媒体与旧媒体仍有共同点与连续性，因此过去发展完备的媒介研究经验，仍可作为新媒体研究的基础。例如新旧媒体皆需要使用受众角色的涉入才能产生传播的内涵。故本文从受众的角度出发，探讨游戏中玩家的游戏行为、游戏动机。

结合上述两个概念，网络桌游是将桌游放在互联网、电信网的平台上，由平时熟人之间的聚会游戏发展为多人在线的网络游戏。国内传统网络桌游

的代表如联众、QQ 游戏等，都是以经营棋牌类游戏为主，高峰时段能够保持几千万人同时在线。新型网络桌游“三国杀 online”不再是简单的棋牌游戏，其丰富的策略性要求玩家之间高度的配合，因此吸引了大批的在校学生和年轻白领。

（二）“三国杀 online”简介及其游戏构成要素

“三国杀 online”始于三国杀桌游，是中国传媒大学 2004 级游戏设计专业学生黄恺在 2006 年夏天设计而成。那时，黄恺从互联网上接触到了国外的同类型桌游如西部无间、狼人杀等，在网上却找不到一套中国人自己设计的原创桌游。因此，他萌生出自己设计制作一套有中国文化背景元素在里面的桌面游戏。从小喜欢三国的黄恺将三国中的故事情节与传统的杀人游戏相结合，设计了一套三方格斗的桌面游戏，这就是三国杀的雏形。

黄恺先是拿自己手绘制作的卡片教周围的同学游戏，慢慢发现有越来越多的人迷上这小小的卡片。2006 年年底，就读于清华大学计算机专业的杜彬博士在接触三国杀并玩了一段之后，主动找到黄恺，计划设计开发出一套完整的桌游产品。2008 年元旦，游卡桌游成立，三国杀开始了自己迈向产业化之路的第一步。

2008 年~2009 年，在游卡成立的第一年，就卖出了 30 余万套卡牌，年收入达到了 900 余万元。后在 2008 年年底，“三国杀 online”之父黄今以 200 万的形式入股，开始研发三国杀网页版，正式将三国杀桌游推向了网络。

2009 年 6 月底，“三国杀 online”正式问世，完成了由桌游向网游的推进。并在 2010 年度 CGWR 新浪中国网游排行榜颁奖典礼上获得“年度卡牌桌游移植”的殊荣。

从 2006 年不足 500 余名玩家，到 2010 年 300 余万活跃用户；从 2007 年仅有 3 人的游卡工作室，到现在的北京游卡桌游文化发展有限公司，“三国杀 online”已经成为国内最大的网络桌游，并且受众用户的数量还在逐年增加。

“三国杀 online”是一款以卡牌为驱动的角色扮演类游戏，需要 2~8 名玩家参与游戏。简单地说，在三国杀游戏中，玩家将扮演一名三国时期的武将，结合本局身份，合纵连横，经过一轮一轮的谋略和动作获得最终的胜利。

“三国杀 online”的卡牌有四种：1. 身份牌，即游戏中扮演的身份角色；2. 血量牌，受到伤害时要掉血，当血量为零时玩家阵亡，退出游戏；

3. 武将牌，每个人都有自己专属的技能，与其他武将既有配合也有克制；
4. 手牌，每回合抓取和打出的道具。

游戏开始时，每名玩家先要摸一张身份牌，身份为主公、忠臣、内奸、反贼四种角色。摸到主公身份的玩家要亮出来，这也是唯一一个亮出身份的角色。然后，主公选择武将并亮明，接着每名玩家选择武将，不同的武将有自己专属的技能，很多技能又是参考于三国演义的故事背景。当每名玩家选出武将后，同时亮明，然后分发手牌，游戏开始。

主公是场上的核心。主公的任务是杀死所有反贼和内奸，平定天下。忠臣的任务是保护主公，宁可身死也在所不惜。反贼的目的只有一个，想尽一切办法杀死主公。内奸最复杂，既要消灭反贼，又要害死忠臣，最后和主公单挑并将其杀死才算赢。因此，内奸的胜利是最困难也是整个游戏的关键点和转折点。（注：在标准的8人局游戏里，1名主公，2名忠臣，4名反贼，一名内奸。）

武将牌是亮明的，分为魏、蜀、吴、群四方，每个人都自己专属的技能。大体分为文臣和武臣，文臣的技能多，血量少；武臣的既能少，血量多。游戏的胜利往往来自于同一阵营武将精妙的配合，武将间分君臣档、夫妻档，等等。

血量牌是场上武将的体力值，受到伤害就要掉血，视伤害程度而决定掉血多少。文臣一般有两个以上的技能，武臣一般只有一个，这样就做到了血量和技能间的平衡。主公的血量要在原来武将血量的基础上加一滴，这也是为了突出主公傲视群雄的地位。

手牌类似于我们平时玩的扑克，运气成分很大，是推动整个游戏的输出道具。在每个武将的技能面前，同一张手牌能呈现出不同的作用来。每回合每个武将都四个阶段：判定阶段，摸牌阶段，出牌阶段，弃牌阶段，这里面的牌说的就是手牌。手牌可以让武将掉血、回血、死亡，而武将的死亡推动着游戏的进程。

“三国杀 online”在其官网打出的口号是：永不打炸的桌游吧，并在百度官网上称三国杀是聪明人玩的游戏。“三国杀 online”尊重历史，还原原著，其武将的技能和关系都与历史相关，如蜀国武将诸葛亮的两个技能分别是观星（观看牌堆中的牌）和空城（回合结束后无手牌），这两个技能都能从原著中找到依据，而空城后的诸葛亮不能成为杀和决斗的目标。在这两个技能间也有配合，观星能够帮助更好的空城。而血量牌的体力值，则是代表道家的阴阳鱼，这些小小的细节都能体现出设计者别具匠心的用意。

在手牌设计上也做到“语出必有典”，如“无中生有”下面的注释源于老子的《道德经》：天下万物生于有，有生于无。还有其他诸如乐不思蜀、过河拆桥、顺手牵羊、万箭齐发、南蛮入侵、火攻、铁索连环等都是成语或是能够从“三国”原著中找到出处的。对于喜爱《三国演义》的玩家来玩起来不仅娱乐性十足，过后还能从中体会到回味经典的快乐。

此外，在整体卡牌的设计上，“三国杀 online”十分注意美术元素的应用，如武将卡牌的人物设计，看上去栩栩如生，Q版的人物则十分诙谐，令人捧腹。游戏中的武将配音，背景音乐则结合了古筝、琵琶和西洋乐器的特点，时而舒缓时而高亢。

最后，“三国杀 online”不同于大型多人网络在线游戏的地方，就是其特有的健康因素。“三国杀 online”单局游戏时间短，没有充值点卡、打怪升级的烦琐。短则十余分钟，长则二三十分钟就可以进行一局游戏。无论是上班午休还是睡觉前的小放松，都可以轻轻松松地打上一局三国杀，这也是为什么“三国杀 online”能够在如此短的时间里吸引为数众多的年轻白领和大学生的重要原因之一。

三、玩家自身群体的特点分析

（一）不同社会身份下的特点分析

从社会身份的角度看，“三国杀 online”的玩家主要是各高校的高职、大专、大学生以及刚从学校毕业不久的年轻白领。这类人群成为三国杀目标受众的原因有三：1. 接触网络时间较长，接受新事物的能力比较强，好奇心较重，喜欢探索新鲜事物。2. 这几代人，主要是80后、90后多为独生子女，社会关系多为同学、朋友、同事，当三国杀被一个人学会掌握后，很容易在短时间内以病毒传播的方式扩散开来，并在聚会和周末休闲时光拿来消遣。3. 家庭负担较轻，平时有大量的时间可供娱乐，特别是周末或是放假。

以大学生为例，他们在课余之后的空闲时间比较多，加之随着生活水平的提高，大多数大学生在入学之后都能拥有一台属于自己的电脑。即便不能做到人手一台，也能做到每个宿舍都有一台可供上网的电脑。这为“三国杀 online”的传播做好了基本的物质前提。基于三国杀规则的复杂性和卡牌的繁多性，决定了三国杀这款桌游不同于扑克、麻将等较为简单、较为常见的桌面游戏，也决定了三国杀的受众需要具备较强的学习能力和接受新鲜事物的能力。大学生较高的综合素质和较强的学习能力能够让他们有信心并且有

能力在短时间内接受三国杀玩法，并以病毒扩散的方式向其他人传播，毕竟三国杀又不同于单机游戏，其需要 2~8 人才可游戏，而且人数越多，游戏的过程就越复杂，游戏的可玩性就越高。这为三国杀的传播做好了组织前提。

对于白领来说，空闲的时间不像大学生那样充足，但是没有繁重的家庭负担使得年轻白领可以比较自由地支配属于自己的空闲时间。为了维系日常的人际关系、轻松娱乐以到达放松身心的目的，年轻白领多会选择周末的时候运动一下，看看电影，这也决定了他们是社会消费市场的主力军。当然，周末若干好朋友聚在一起聊天也是一个不错的选择。席间大家多会交流自己的工作、生活等喜闻乐见的新鲜事。而三国杀作为一款新型的桌游能够在这种环境下成为他们关系的润滑剂。如果平时没有时间见面，相约在网上来上几局三国杀也能够起到增强联系、娱乐的目的。

在消费能力和消费意愿上，大学生的消费能力普遍偏低。他们更愿意待在宿舍或“面杀”或网上对战，很少去办理会员。年轻白领消费能力较强，但游戏自由度相对较弱，多为午休、晚饭之后、周末、节假日等。白领们多选择咖啡厅、茶社、桌游吧等环境较为优雅，服务比较周到的地方娱乐。

（二）“三国杀 online”玩家的性别对使用游戏所产生的影响

1. 网络游戏中的性别比例构成

在性别比例上，网络游戏仍然属于男性的天下。其原因在于男性在上网人群的比例中占多数。根据美国 FIND/SVP 的统计，美国在 1997 年只有 1400 万的女性使用网络，占总数的 39%，然而在 1994 年时女性只占 22%。到了 2007 年已经拉近为 56% 比 44%。从上面一组数据中，我们不难看出，男女比例虽有逐年拉近的趋势，但是男性无论在上网时长还是总数上都要多于女性。

在北美地区，特别是网游的初期，其内容多是打打杀杀，充斥着暴力和血腥，其男性受众与女性受众约为 7:3。伴随着社会风气的开放度越来越高，网游市场在内容形式上的开拓，像是社交、聊天模式、个性化物品的产生都使得越来越多的女性受众加入进来。诸如在炫舞、飞车、连连看等多是音乐、歌舞类的网络游戏中，女性玩家的数量要多于男性玩家。

至于国内，在百度输入关键词“网络游戏男女性别比例”后，我们得到了一份最近关于 2011 年男女比例的报道。这份报告由百度数据研究中心在 2011 年 1 月发布，数据显示根据 2010 年对网游关注人群的抽样，随机网民

中的男性比例为 56.5%，与女性玩家几乎持平。

2. 男女玩家的游戏偏好分析

在游戏偏好方面，男女的差异性则非常之大。刘楚慧（2006）指出，女性玩家希望可以轻松地进行游戏，娱乐、打发时间是女性玩网络游戏的主要目的。而对于男性来说，通过网络游戏认识朋友，使自己成为让人敬畏的游戏高手则是主要动机。换言之，女性玩家的游戏动机多是希望可放松身心，休闲娱乐，而男性则主要是自我肯定与成就感的动机，希望在游戏中获得别人的崇拜，满足自尊心。

在游戏行为方面，女性玩家更注重自己的虚拟角色外表，她们会努力培养、装饰自己的角色，美观的角色外貌是他们在游戏里主要的追求目标。相对来说，男性不像女性玩家那么重视角色外形，男性玩家的游戏方式是提升等级或武器装备。

根据新浪中国网络游戏排行榜公布的 2012 年网络娱乐调查结果显示，男女最喜欢的网络游戏类型都是多人在线角色扮演类的游戏。不过在第二名之后产生出比较明显的分歧，女性玩家喜欢轻松、休闲类、益智博弈、恋爱养成或是音乐类的游戏，对于需要花长时间、重脑力的游戏不偏爱。而男性对于策略、竞速、运动类的游戏则十分热衷。

这份资料还显示，女性玩家对于网络游戏的重视条目依次是游戏类型风格或内容、游戏价格低或免费、游戏操作的难易度。相对而言，游戏画质及音效、连接速度和稳定性则是男性比较看重的因素。

3. 网络游戏中的性别转换现象

网络游戏中的游戏性别转换现象指的是男性玩家会在游戏中以女性的身份出现，女性反之。网络媒介平台的虚拟性和匿名性给玩家在游戏中转换性别提供了可能。多数人在网络上选择与自己相反的性别，原因在于满足探索异性的的好奇心，摆脱性别给自己带来的由来已久的束缚，在不同性别中尝试新鲜感、兴奋，从而获得心灵上的慰藉。

台湾学者张玉佩认为除了扮演不同的自己获得新鲜感，以及宣泄、幻想的满足感，是因为女性角色在游戏中更容易被照顾。这与前面所论述的在网游世界中，男多女少的现象刚好吻合。她认为女性角色在游戏中很容易获得别人的帮助，甚至可以不劳而获，有许多男性玩家会主动献殷勤，帮助女性角色做任务打怪，这背后的原因是游戏的利益分配在起作用。

“三国杀 online”的受众性别比例虽然至今没有一份详细的调查数据给予显示。但根据三国杀百度贴吧网友们自发的调查显示，男女比例接近于

6:4。与前面研究的结果相似,同样是男性玩家略多于女性玩家,但总体上趋近。但不同于其他网游打怪升级和血腥暴力的场面,“三国杀 online”的画面唯美,音乐古朴,汲取了中国人意境的神韵,即时武将阵亡也不会有任何不适的画面出现。在音乐和画面上,“三国杀 online”能够得到女性玩家的青睐,而其策略方面的战术运用则深得男性玩家的喜爱。这也是为什么三国杀男女玩家比例如此相似的原因之一。

综上所述,我们提出假设(一):玩家的游戏性别设置和实际性别存在差异。

四、“三国杀 online”玩家的游戏行为分析

(一) 玩家的媒介期待行为

从广义上说,网络游戏作为一种媒介在产生伊始就包含了某种期待行为在其中。目前为止,没有一款游戏可以超越时代的束缚而存在,全部都在前面游戏的基础上发展壮大而成。因此,“三国杀 online”也不能够例外,其之所以能够在如此短的时间内占领市场,除去游戏自身因素外,更多的源于玩家对于市场上早就应该出现而并没有出现的这样一款游戏的期待。换句话说,“三国杀 online”的出现是填补了市场的空白,是满足了受众内心需要和精神需求的结果。

在此之前,以三国为题材的单机游戏名目众多,如“三国群侠传”是2002年河洛工作室继《金庸群侠传》《武林群侠传》之后推出的又一套“群侠传系列”的角色扮演单机游戏,以及《真·三国无双》(日文假名:しん・さんごくむそう,英文名:Shin Sangokumusou,欧美版英文名:Dynasty Warriors)系列是由日本KOEI(现KOEITECMO)公司在为PS平台上发行的动作游戏系列,这些单机版拥有为数众多的受众。并且这些受众多为学生,在互联网尚未普及的时候多作为娱乐消遣之用。

在“三国杀 online”出现之前,以三国历史背景为题材的网游为数众多。其中,以“三国志 online”“盛世三国”为代表。这些游戏有的是简单的网页游戏,有的则是画面精美、情节复杂的多人在线网络游戏。

然而,这些同类题材的三国游戏普遍存在一个问题,即不能很好地做到游戏性与社交性相结合。其中,单机版的《三国无双》能够给人带来很强的厮杀快感,绚丽的动作招式将游戏人物的英雄气概表现无遗。然而,它只能在局域网内连接,并且最多玩家数不能超过30个人,没有网络版使得这款游戏只能在小范围的熟人之间进行,这无疑限制住了游戏的传播。“三国志

online”作为大型的网游，虽然画面华丽，音效动感，但是在操作性和激烈的程度上都不及《三国无双》给玩家的快感强。

反观“三国杀 online”，其一开始也只是一款桌游纸牌而已，武将数量相对较少，卡牌设计相对单一，但是它能够在同类题材游戏中胜出的主要原因在于其设计理念上的先进。它既融合了三国历史时期的历史元素，使得玩家游戏起来没有陌生之感，此外武将间的配合还十分注重游戏的制衡性，对于提升游戏的可操作性和系统完整性发挥了巨大的作用。在社交性方面，它借鉴了杀人游戏的规则，每局游戏开始后，每个玩家都会在游戏中设定一个身份，这种角色扮演使得玩家在新的环境下以一种新的身份开始游戏。可能生活中的朋友变成游戏中的敌人，生活中的普通人却成了关系紧密、“生死相依”的盟友。当某一名玩家打出精彩的牌路时，往往可以力挽狂澜，扭转整个场上的局势。因此，当游戏结束后，陌生人之间很可能成为友好的伙伴，以游戏会友、以游戏交友的例子每天正在身边发生。最后，桌游三国杀从根本上讲还是一款桌面游戏，就像打扑克一样，在游戏过程中包含的运气成分也是左右游戏胜负至关重要的因素，所以从娱乐性的角度，偶然性也是它不同于市场上其他同类产品的主要因素之一。

当桌游三国杀的玩家数量和规模日趋庞大之后，将其上线成为一款网游是顺应了玩家的需要。毕竟线下游戏就像单机版一样有着不可避免的局限性。熟悉的玩伴、固定而又相对苛刻的时间、玩家的心情都是影响游戏进行的因素。线上游戏则可以打破熟人间默契的配合，在一个完全陌生的环境下进行游戏。系统发牌看似公平，实则更加增大游戏的偶然性。

综上所述，我们可以提出如下假设（二）：大部分“三国杀 online”的玩家都有过三国类题材游戏的经历，当发现“三国杀 online”是如此满足自己需求之后，许多人转而投入其中并逐渐成为卷入度不一的玩家。

（二）玩家的媒介接触行为

玩家的媒介接触行为主要包括初次接触游戏的行为以及日常接触游戏的行为。其中，这些行为又细分为游戏接触的时间、场所、动机。

首先，当一款新的游戏特别是一款概念上不同的新游戏呈现在玩家面前时，好奇、兴奋、探索、因规则烦琐而带来的畏难情绪、接受、喜爱并逐渐卷入其中都是按照顺序一步步的出现。有些玩家可能在这一系列心理活动的某一个阶段停住并放弃。有的玩家则会跳过某一个心理阶段而进入下一个心理阶段，这里面的影响因素很多，诸如不同玩家接受新鲜事物的能力强弱、好奇心的轻重、探索欲望的大小、畏难情绪的左右，等等。但是，当有人指

导并鼓励玩家进行游戏时，会加快这一心理阶段的时间，让玩家能够在自身最短的时间内搞清楚游戏规则并卷入其中。

美籍华裔心理学家、拓扑理论的创始人卢因在 20 世纪 30 年代提出了著名的场论，并将场论应用于社会心理学的研究中，逐步形成了群体动力学（group dynamics）。他认为一个群体就是一个场，必须将群体视为一个整体，而不是成员个体简单相加。而在个体之间发挥着重要的连接作用的，正是群体动力学的核心——“内聚力”。内聚力标志着机体对个体的重要性，并用来解释一个集体的成员资格能够预示一个集体成员行为的变化。勒温和他的追随者研究了一个集体行为如何必须增强个体获得其自身目标的机会。

在三国杀问世的时候，它是以桌游的形式出现的。其游戏以面杀，即玩家坐在一个封闭的空间内，面对面按照游戏规则在一定的时间内进行游戏。在游戏过程中伴随着语言、眼神及一系列肢体语言的交流为主。这其中就包含有群体动力学的因素。以三国杀的主要受众大学生为例，三国杀最初出现的时候，学生们会选择课后（多是晚上和周末）在宿舍内进行游戏，当一名玩家知晓并熟悉规则后，会先向朋友介绍推荐这样一款游戏，以杀人游戏的规则作为类比，以三国武将的历史知识为背景讲解如何游戏。当凑够游戏的最低人数后，就会开始游戏。当新鲜事物出现后，会引来更多的围观者，正如人际传播的口口相传那样，在好奇心的驱使下，大学生往往以其自身接受新鲜事物能力快的优势，迅速学会并开始向外转播，从而达到扩散的效果。

此外，对于那些对新鲜事物好奇心较轻的同学来说，这样一款游戏并不能激起其足够的好奇心和欲望进行游戏。但或许是人数凑不够而无法游戏，或是因为强烈的从众心理，当周围的同学逐渐学会并开始游戏后，一股看不见但力量强大的“场”的力量就会发挥作用。在群体的“压力”下，一句“这是最流行的游戏了，你还不会玩”或是“大家都会玩，你也学学吧”很可能也把这些潜在受众拉进游戏玩家的队伍中，这也构成了游戏玩家很大一部分比例。

正如当年 SNS 的代表校内网（现在已改名为人人网）在大学生中迅速流行开来那样，三国杀的玩家在最初接触游戏的时候，也以几乎同样的方式在一个个小圈子流行开来，为日后其成为线上游戏而培养了一批忠实度很好的玩家。

在日常的游戏接触过程当中，三国杀游戏主要分为线上和线下两种方式。玩家受众主要分为高校学生和年轻白领。高校学生线下游戏的场所多发